Tweede Kamer der Staten-Generaal

2

Vergaderjaar 2015–2016

Aanhangsel van de Handelingen

Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

1927

Vragen van de leden **Siderius** en **Jasper van Dijk** (beiden SP) aan de Staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap over *de marketingactiviteiten van scholen* (ingezonden 12 februari 2016).

Antwoord van Staatssecretaris **Dekker** (Onderwijs, Cultuur en Wetenschap) (ontvangen 18 maart 2016).

Vraag 1
Acht u het wenselijk dat middelbare scholen steeds vaker advies- en marketingbureaus inhuren om hun school zo concurrentiegericht op de markt te positioneren? Acht u het wenselijk dat scholen met elkaar moeten concurreren om zoveel mogelijk leerlingen binnen te halen? Kunt u uw antwoord toelichten?[1]

Antwoord 1
Ongeacht of scholen zich nu wel of niet vaker profileren, vind ik het essentieel dat ons onderwijs transparanter wordt voor ouders en kinderen. Uit onderzoek blijkt ook dat 93 procent van de ouders het belangrijk vindt dat er informatie over de kwaliteit van scholen beschikbaar is. Het is in die optiek een goede ontwikkeling dat scholen bewust bezig zijn met de manier waarop zij zich presenteren naar ouders en kinderen en duidelijk maken waar de school voor staat en hoe de school zich onderscheidt van andere scholen. Buiten kijf staat dat die communicatie relevante en representatieve informatie moet bieden aan ouders en kinderen, en recht moet doen aan wat de school daadwerkelijk te bieden heeft.
Deze ontwikkeling sluit ook aan op de activiteiten die ik samen met sectorraden, LAKS en Ouders & Onderwijs en scholen zelf onderneem om te zorgen voor een betere beschikbaarheid van relevante en vergelijkbare informatie over scholen, onder meer via www.scholenopdekaart.nl. Dit helpt ouders en kinderen bij het schoolkeuzemoment, maar ook bij het voeren van een goed geïnformeerd gesprek als de leerling al op school zit.
In gebieden met teruglopende leerlingaantallen zie ik soms dat er scholen zijn die aanvankelijk geneigd zijn de concurrentie aan te gaan en om die reden meer uitgeven aan profileringsactiviteiten. Dit is begrijpelijk, maar het is geen structurele oplossing. Het is de kern van mijn aanpak van leerlingendaling om scholen bewust te maken van de omvang van de problematiek in hun gebied

---

[1] De Volkskrant, «Een beetje school doet aan marketing,» 11 februari 2016

ah-tk-20152016-1927
ISSN 0921 - 7398
’s-Gravenhage 2016

en hen te stimuleren om juist door middel van samenwerking duurzame oplossingen op maat vorm te geven. De accountmanagers leerlingendaling en de regionale procesbegeleiders gaan in de regio het gesprek aan met scholen, en wijzen hen waar nodig ook op de risico's van concurrentiedenken.

Vraag 2
Kunt u een overzicht aan de Kamer doen toekomen hoeveel van de onderwijsbekostiging door schoolbesturen wordt uitgegeven aan advies- en marketingbureaus om met elkaar te concurreren (in bedragen en percentages van het totale onderwijsbudget) voor de jaren 2010 t/m 2015)? Zo nee, bent u bereid onderzoek te doen naar de advies- en marketingactiviteiten en bijbehorende kosten in het primair en voortgezet onderwijs? Zo nee, waarom niet?

Antwoord 2
Een dergelijk overzicht is niet te geven aangezien dit soort informatie niet op landelijk niveau voorhanden is. Ik zie ook geen aanleiding om bestedingen aan advies- en marketingactiviteiten nader te onderzoeken. Er zijn mij geen signalen bekend dat scholen onevenredig veel uitgeven aan marketing. Jaarlijks verantwoorden besturen zich over de middelen en resultaten via de jaarrekening en het jaarverslag. Deze worden beoordeeld door de raad van toezicht en medezeggenschap en gecontroleerd door een accountant.

Vraag 3
Wat is volgens u de reden dat scholen steeds vaker zich op hun profielen moeten profileren? Welke noodzaak ligt hier aan ten grondslag? Kunt u dit uitgebreid toelichten?

Antwoord 3
Zie het antwoord op vraag 1.

Vraag 4
Deelt u de mening dat scholen zich vooral moeten richten op het bieden van kwalitatief goed onderwijs en helemaal niet horen bezig te zijn met een concurrentieslag met andere scholen? Waarom wel of waarom niet?

Antwoord 4
Zie het antwoord op vraag 1.

Vraag 5
Welke risico's ziet u wanneer scholen zich meer op de marketing van hun school gaan richten? Zullen scholen die daar minder goed in slagen – maar wel goed onderwijs bieden – daar niet juist onder lijden?

Antwoord 5
Het is aan scholen zelf hoe zij zich willen profileren en presenteren ten opzichte van ouders en leerlingen. Ouders en kinderen gaan erover hoe zij met deze informatie omgaan. Samen met de scholen, sectorraden, LAKS en Ouders & Onderwijs, stimuleer ik de beschikbaarheid van relevante, betrouwbare, inzichtelijke en vergelijkbare informatie over scholen om daarmee ouders en kinderen te faciliteren in het schoolkeuzeproces en bij het voeren van een goed geïnformeerd gesprek tijdens de schoolperiode. Het bevorderen van transparantie van het onderwijs op deze manier, zal de kwaliteit van het onderwijs ten goede komen.

Vraag 6
Hoe groot acht u de kans dat scholen die er beter in slagen leerlingen te werven door marketingcampagnes, andere scholen kapot concurreren? Hebben grotere scholen of schoolgemeenschappen hierin een voordeel omdat zij meer middelen tot hun beschikking hebben dan kleinere scholen of éénpitters? Kunt u uw antwoord ook toelichten?

Antwoord 6
Dergelijke signalen zijn mij niet bekend. Wel zie ik dat scholen steeds beter hun best doen om ouders en leerlingen te informeren over waar ze voor staan. Ik zie het als een toegevoegde waarde als ouders en leerlingen mede op basis van deze informatie een goed beredeneerde schoolkeuze maken.

Vraag 7
Op welke wijze gaat u de verschraling in het onderwijs vanwege inzet van onderwijsbekostiging voor niet-onderwijskundige zaken een halt toe roepen? Welke maatregelen hebt u hiervoor in voorbereiding?

Antwoord 7
Zie antwoord op vraag 1, van een verschraling is in mijn ogen geen sprake. Ik zie dan ook geen aanleiding om dergelijke maatregelen te treffen.

Vraag 8
Bent u nog steeds van mening dat scholen voldoende bekostigd worden om vorm en uitvoering te geven aan het primaire onderwijsproces en dat daarom concurrentie op leerlingenaantallen niet nodig hoeft te zijn? Kunt u uw antwoord toelichten?[2]

Antwoord 8
Ja. De reguliere bekostiging is voldoende om vorm en uitvoering te geven aan het primaire onderwijsproces. Scholen gaan over de inrichting van dat primaire proces en zij vrij om te bepalen hoe ze middelen inzetten.

[2] Aanhangsel Handelingen, vergaderjaar 2015–2016, nr. 1257